

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KEPADA MUALLAF  
DI MASJID AL-HASANAH DI DESA MARGA LESTARI  
KECAMATAN JATI AGUNG LAMPUNG SELATAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk di seminarkan dan untuk Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Sos)  
Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi

**Oleh**

**Topan Samboja**

**NPM:1541010193**

**Jurusan :Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
2019 M/1440 H**

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KEPADA MUALLAF  
DI MASJID AL-HASANAH DI DESA MARGA LESTARI  
KECAMATAN JATI AGUNG LAMPUNG SELATAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan  
Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi

Oleh  
**TOPAN SAMBOJA**  
**NPM.1541010193**

**Jurusan: komunikasi dan penyiaran islam (KPI)**

Pembimbing I : Dr. Abdul Syukur , M. Ag  
Pembimbing II: Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1440 H/2019 M**

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KEPADA MUALLAF DI MASJID AL-HASANAH DI DESA MARGA LESTARI KECAMATAN JATI AGUNG LAMPUNG SELATAN**

**Oleh  
Topan Samboja**

Strategi Komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communicatiaon planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Begitu juga ajaran Islam sebagai agama rahmatan lil'alamin. Ajaran agama Islam perlu disampaikan dengan menggunakan berbagai strategi, metode dan media yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pengetahuan masyarakat untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan Strategi menunjuk pada sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan metode adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah kepada Muallaf di Masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah kepada Muallaf di Masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan. Yang berpopulasi 34 orang muallaf dan 4 orang da'i dan sampel yang penulis ambil berjumlah 1 orang da'i dan 10 orang muallaf yang belajar di Masjid Al-Hasanah. Jenis penelitian yang digunakan penulis merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik penelitian lapangan (*Field Reaserch*) Metode yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini digunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian Strategi komunikasi dakwah kepada muallaf adalah cara menggunakan tutur kata yang lemah lembut dan mudah dimengerti oleh para muallaf salah satunya yaitu dengan menggunakan bahasa Jawa, contohnya seperti selalu memberikan dakwah dengan gambaran kehidupan sehari-hari atau dalam teori strategi komunikasi jenis edukatif dan menggunakan metode dakwah jenis maw'izah al-hasanah.

***“Kata Kunci: Strategi Komunikasi Dakwah, Muallaf***

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Topan Samboja

Npm : 1541010193

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KEPADA MUALLAF DI MASJID AL-HASANAH DESA MARGA LESTARI KECAMATAN JATI AGUNG LAMPUNG SELATAN”. Adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, November 2019

Penulis

Topan Samboja  
NPM: 1541010193



## PERSETUJUAN

**Judul Skripsi** : Strategi Komunikasi Dakwah Pada Muallaf di  
Masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari  
Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan  
**Nama** : Topan Samboja  
**NPM** : 1541010193  
**Jurusan** : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**Fakultas** : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

## MENYETUJUI

Untuk disidangkan dan dipertahankan dalam Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah  
dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Oktober 2019

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Abdul Syukur, M.Ag**  
**NIP. 196511011995031001**

**Yunidar Cut Mutia Ynati, S.Sos., M.Sos.I**  
**NIP. 197010251999032001**

**Mengetahui:**  
**Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,**

**M. Apun Syarifudin, S.Ag., M.Si**  
**NIP. 197209291998031003**





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung 35131 Telp.(0721)703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul: **Strategi Komunikasi Dakwah Pada Muallaf di Masjid AL-Hasanah di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung lampung Selatan.** Disusun oleh: **Topan Samboja, NPM : 1541010193** Jurusan: **Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung** telah dilaksanakan Sidang Munaqosyah pada hari Juma'at Tanggal 20 Desember 2019.

**TIM DEWAN PENGUJI**

Ketua : **Dr. H. Rosidi, Ma**

Sekretaris : **Umi Rojiati, M.Kom.I**

Penguji I : **Fariza Makmun, S.Ag, M.Sos.I**

Penguji II : **Dr. Abdul Syukur, M.Ag**

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si**

NIP.196104091990031002



## MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ  
بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan mu, Dialah yang mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk" (Q.S An-Nahl [16]:125)



## PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Allah SWT, beserta Nabi Muhammad SAW. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terimakasihku untukmu. Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Terimakasih yang tidak terkira kepada kedua orang tuaku Bapak Ridwan dan Ibu Arina Wati tercinta, yang senantiasa mendukung dan menyayangi dengan setulus hati sejak lahir sampai sekarang.
2. Kedua adikku yang aku sayangi Riski Romadhon dan Ayu Tri Sari yang selalu memberikanku semangat.
3. Untuk keluarga besar Abi, Umi, iyai Fauza dan Susi Choirunnisya yang selalu memberiku dukungan.
4. Sahabat-sahabatku Suci Ersi Armelia S.E , Zeniyus Tri Guntara S.Sos dan Nurkholis S.Sos, dan seluruh keluarga besar Komunikasi Penyiaran Islam kelas C angkatan 2015
5. Untuk keluarga besar KKN kelompok 22 Desa Marga Lestari
6. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.



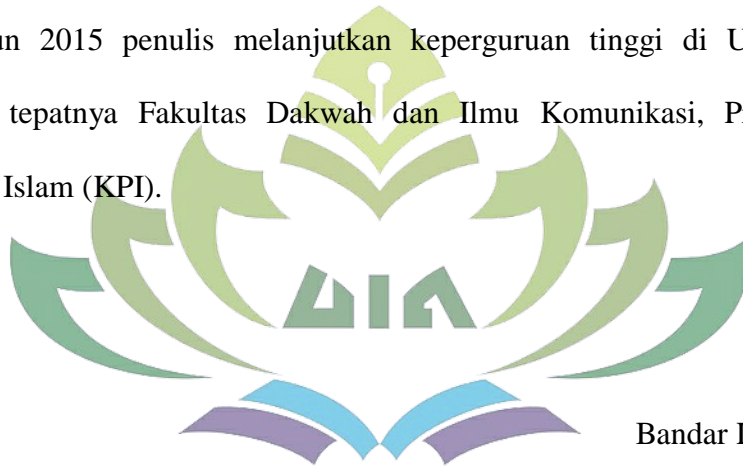
## **Riwayat Hidup**

Penulis dilahirkan di Cahya Makmur, 12 Desember 1996. Anak pertama dari tiga bersaudara dari bapak Ridwan dan ibu Arina wati

Pendidikan :

- SDN 1 SRI MULYA, Lulus pada tahun 2009
- MTS AL-ISTIQLAL, Lulus pada tahun 2012
- MA AL-HUDA, Lulus pada tahun 2015

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan keperguruan tinggi di UIN Raden Intan Lampung tepatnya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Prodi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).



Bandar Lampung

Topan Samboja

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa selalu tercurahkan kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW para sahabat, keluarga, dan para pengikutnya yang taat kepada ajaran agamanya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan semua pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si, Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
3. Bapak Dr. Abdul Syukur, M. Ag sebagai Pembimbing I dan juga sebagai penguji II pada saat sidang munaqosah yang penuh kesabaran, ketekunan, dan ikhlas dalam membimbing dan mengarahkan demi terselesainya skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I. sebagai Pembimbing II, yang penuh kesabaran, ketekunan, dan ikhlas dalam membimbing dan mengarahkan demi terselesainya skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Fariza Makmun, S.Ag, M.Sos,I sebagai penguji I yang telah membantu menjadi penguji I pada sidang munaqosah skripsi ini.



6. Bapak Dr.H. Rosidi.MA yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk menjadi ketua sidang munaqosah skripsi ini.
7. Ibu Umi Rojiati,M.Kom.I yang telah menyempatkan waktunya untuk menjadi sekretaris pada saat sidang munaqosah skripsi ini.
8. Bapak Sonjaya Kepala Desa Marga Lestari dan Bapak Sutrisno selaku Sekertaris Desa Marga Lestari yang telah memberikan izin serta membantu untuk mengadakan penelitian di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan.
9. Dosen Komunikasi Penyiaran Islam dan Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama menyelesaikan studi.
10. Teman-teman seperjuanganku khususnya Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Kelas C angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik penyajian maupun penyusunan materi. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik serta masukan untuk penulis agar skripsi ini dapat menjadi sumber refrensi yang bermanfaat bagi orang lain

Bandar Lampung

Penulis

Topan Samboja  
NPM. 1541010193

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Metode Penelitian.....	8
<b>BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KEPADA MUALLAF.....</b>	<b>16</b>
A. Strategi Komunikasi Dakwah .....	16
1. Pengertian Strategi Komunikasi .....	16
2. Fungsi-fungsi Strategi Komunikasi .....	23
3. Tujuan Strategi Komunikasi.....	23
4. Komponen Strategi Komunikasi .....	25
B. Dakwah .....	28
1. Pengertian Dakwah .....	28
2. Unsur-unsur Dakwah .....	30
3. Metode Dakwah .....	32
4. Sumber Metode Dakwah .....	34
5. Tujuan Dakwah.....	34
6. Efek Dakwah.....	37
C. Muallaf .....	39
1. Pengertian Muallaf .....	39
2. Faktor Yang Mempengaruhi Masuk Islam.....	42
3. Komitmen Beragama.....	44
4. Pola Pembinaan Muallaf.....	45
D. Tinjauan Pustaka.....	47



<b>BAB III GAMBARAN UMUM DESA MARGA LESTARI</b>	
<b>KECAMATAN JATI AGUNG .....</b>	<b>49</b>
A. Sejarah Desa Marga lestari .....	49
B. Demografi Desa Marga Lestari.....	50
C. Struktur Pengurus Desa Marga Lestari .....	54
D. Profil Masjid Al-Hasanah .....	55
E. Struktur Pengurus Masjid Al-Hasanah .....	56
F. Aktivitas Pengurus Masjid Al-Hasanah.....	57
G. Interaksi Pengurus Masjid Dengan Jamaah di Masjid Al-Hasanah .....	63
 <b>BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH TERHADAP MUALLAF DI MASJID AL-HASANAH DI DESA MARGA LESTARI .....</b>	 <b>69</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

1. Jumlah Penduduk .....	50
2. Pertumbuhan Penduduk .....	50
3. Bidang Pendidikan .....	50
4. Bidang Keagamaan .....	51
5. Tempat Ibadah.....	51
6. Lembaga Pemerintahan.....	52
7. Lembaga Kemasyarakatan.....	52
8. Pembagian Wilayah.....	53





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Masjid Al-Hasanah Marga Lestari

Gambar 2 Sholat Berjamaah Sebelum Belajar Mengajar

Gambar 3 Para Muallaf Sedang Belajar Mengajar

Gambar 4 Wawancara Dengan Da'i

Gambar 5 Wawancara Dengan Muallaf



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Pedoman Observasi

Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 : Surat Keterangan telah Penelitian

Lampiran 5 : SK Judul Skripsi

Lampiran 6 : Surat Keterangan Perubahan Judul



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Judul skripsi ini ”**Strategi Komunikasi Dakwah Kepada Muallaf di Masjid Al-Hasanahdi Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung**

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai kegiatan khusus<sup>1</sup>. Menurut Bintoro Tjokro Amijoyo & Mustafa Jaya, strategi adalah keseluruhan langkah-langkah dan rangkaian kebijaksanaan guna mencapai satu tujuan untuk mengatasi persoalan yang ada<sup>2</sup>. Strategi dakwah dalam skripsi ini adalah strategi komunikasi dakwah kepada muallaf.

KomunikasiSecara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yakni *communicare*. Artinya berbicara menyampaikan pesan, informasi, pikiran, perasaan, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan atau arus balik (*feedback*). Sedangkan menurut Rogers dan D.Lawrence Kincaid sebagaimana dikutip oleh Hafied Cangaraadalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahas Indonesi*( Jakarta:Pusat Bahasa,, 2008 ), h. 1529.

<sup>2</sup> Bintoro Tjokro Wijoyo dan Mustafa Jaya, *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional* (Jakarta:Gunung Agung, 1990), h. 13.



dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.<sup>3</sup>

Dakwah adalah sebuah kegiatan yang bersifat menyeru dan mengajak orang lain untuk beriman dan taat kepada Allah Swt. Menurut Syaikh Muhammad Abduh dikutip oleh Wahidin Saputra mengatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran adalah *fardhu* yang diwajibkan kepada setiap Muslim.<sup>4</sup>

Muallaf dalam pengertian bahasa adalah orang yang dicondangkan hatinya dengan perbuatan baik dan kecintaan. Adapun dalam pengertian syariah, muallaf adalah orang-orang yang diikat hatinya untuk mencondongkan mereka pada Islam.<sup>5</sup>

Masjid menurut bahasa berarti tempat bersujud yang berasal dari Bahasa Arab yaitu *sajada-sujudan-masjid*.<sup>6</sup> Masjid merupakan tempat kegiatan ibadah yang di maksud memiliki arti yang luas, bukan hanya tempat sholat masjid juga dapat digunakan sebagai tempat kegiatan yang membawa kemaslahatan dunia dan akhirat. masjid artinya tempat sujud, bukan hanya berarti sebuah gedung atau tempat ibadah yang tertentu.

Dari pengertian diatas dapat dipahami yang dimaksud strategi komunikasi dalam proposal ini adalah langkah yang dilakukan oleh da'i sebagai (*komunikator*) kepada mad'u sebagai (*komunikan*) guna mencapai

---

<sup>3</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h.22.

<sup>4</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2012), h.2.

<sup>5</sup> "Pengertian Muallaf" (On-line), <https://anaksholeh.net/pengertian-muallaf>, diakses pada tgl 04 desember 2018.

<sup>6</sup> Nana Rukmana, *Masjid dan Dakwah* (Jakarta: Al-Mawardi Prima, 2002), h. 8.

tujuan dakwah secara langsung pada saat pengajian majlis ta'lim secara berkelompok di Desa Marga Lestari yang diikuti oleh Bapak-bapak dan Ibu-ibu. Pesan dakwah dikemas sedemikian rupa memberikan pemahaman kepada masyarakat demi terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan akhirat dengan di ridhoi oleh Allah dalam suatu wadah karena adanya satu atau beberapa ikatan yang disengaja atau tidak.

Dari uraian tersebut maka yang dimaksud dengan strategi komunikasi dakwah adalah bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh Da'i kepada mad'u, untuk meningkatkan pemahaman pesan keagamaan dan memotivasi pengalaman ajaran agama Islam kepada para muallaf yang di bimbing di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Alasan penulis memilih judul ialah sebagai berikut :

1. Muallaf merupakan orang yang baru masuk Islam dan harus selalu dibimbing dengan menggunakan sebuah cara ataupun strategi supaya apa yang di sampaikan bisa mudah diterima oleh para muallaf sehingga apa yang menjadi tujuannya bisa tercapai sesuai keinginan.
2. Penulis merasa judul ini sangat menarik untuk diteleti, di samping untuk kepentingan dakwah juga sesuai dengan jurusan penulis selaku

mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

3. Penelitian ini didukung oleh ketersediaan referensi, waktu yang cukup, dana yang memadai dan lokasi penelitian yang cukup terjangkau sehingga memungkinkan penelitian ini selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

### **C. Latar Belakang Masalah**

Agama Islam merupakan agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Setiap manusia mempunyai kewajiban untuk menyampaikan pesan dakwah dalam kondisi dan situasi apapun.

Seiring persoalan yang dihadapi manusia, kemajuan-kemajuan yang dicapai dalam bidang kehidupan manusia dapat dijadikan faktor pendukung pelaksanaan dakwah, namun pada sisi lain, akibat kemajuan tersebut dapat memunculkan tantangan baru. Dakwah yang dilakukan nabi Muhammad Saw. Merupakan usaha memperbaiki akhlak didunia dan akhirat.

Begitu juga ajaran Islam sebagai agama rahmatan lil'alam. Ajaran agama Islam perlu disampaikan dengan menggunakan berbagai strategi, metode dan media yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pengetahuan masyarakat untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan Strategi menunjuk pada sebuah perencanaan untuk mencapai



suatu tujuan, sedangkan metode adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi.

Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan interaksi atau komunikasi dengan manusia lainnya. Komunikasi yang dilakukan pun mengandung sebuah pesan. Tujuan dari komunikasi ini sendiri adalah untuk tercapainya pesan yang hendak disampaikan dari *komunikator* (pembawa pesan) kepada *komunikan* (penerima pesan) yang dapat berupa buah pikiran seperti gagasan, informasi, opini, atau hal-hal lain yang muncul dari benaknya.<sup>7</sup>

Dakwah pada dasarnya adalah sebuah kegiatan menyampaikan, menyeru, mengajak ke jalan Allah SWT agar mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Kegiatan dakwah tidak lepas dari penggunaan metode serta media yang digunakan oleh para pelaku dakwah. Seiring berkembangnya media komunikasi, para pelaku dakwah mulai memanfaatkan media tersebut dalam penyebaran dakwah.

Dakwah menjadikan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: *da'i* (subjek) , *maaddah* (materi), *thoriqoh* (metode) , *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqashid* (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Dakwah juga dapat dipahami dengan proses

---

<sup>7</sup> Bambang S.Ma'arif, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h.19.

internalisasi, tranfortasi, transmisi dan difusi ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat. Dakwah mengandung arti panggilan dari Allah SWT. dan Rosulallah Saw. Untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupannya.<sup>8</sup>

Muallaf merupakan mereka yang telah melafalkan kalimat syahadat dan termasuk golongan Muslim yang perlu diberikan bimbingan dan perhatian oleh golongan yang lebih memahami Islam. Muallaf akan menemui beberapa tahap yang memerlukan ilmu, dorongan, kesabaran, sokongan, nasehat, dan motivasi berkelanjutan untuk menghadapi setiap tahapan, sehingga pada akhirnya mereka dapat mencapai tahap ketenangan dalam menjalani agama.

Perubahan keyakinan pada diri seseorang, dari segi ilmu jiwa dan agama bukanlah suatu hal yang terjadi secara kebetulan, tetapi suatu kejadian yang didahului oleh berbagai proses dan kondisi. Keputusan yang diambil oleh para muallaf adalah keputusan yang paling sulit dalam hidup mereka, karena menyangkut nasib mereka di dunia dan akhirat. Mereka memilih agama melalui ketekunan dan pengorbanan, berbagai tekanan yang mereka rasakan baik dari keluarga, karib kerabat dan kawan-kawan non muslim yang menentang keputusan mereka dan tekanan untuk mempelajari agama baru dalam waktu singkat.

---

<sup>8</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*...., h.2.

Sebagai orang yang baru masuk Islam sangat penting untuk mengetahui agama yang baru dianutnya. Semakin banyak pengetahuan agama yang diperolehnya, maka semakin banyak pula manfaat yang akan di perolehnya. Oleh sebab itu para muallaf dapat mengikuti kegiatan dalam bidang keislaman yang membvantu proses mengenalkan Islam sebagai agama *rahmatal lil'alam* yakni rahmat bagi seluruh alam.

Disisi lain seorang da'i dalam meberikan pesan pesan dakwah dituntut menggunakan bermacam strategi supaya pesan yang disampaikan akan mudah diterima oleh muallaf. Seringkali seorang da'i dalam kegiatan mengajar dan menyampaikan dakwahnya bukan hanya pengajian biasa saja, tetapi mengadakan arisan, dengan diadakan kegiatan ini untuk memacu semangat untuk pertemuan yang akan datang. Disamping itu da'i mengunjungi muallaf pada hari-hari tertentu untuk melihat situasi dan kondisi mereka juga tidak lupa diajak untuk sholat berjamaah di masjid.

Untuk memenuhi kebutuhan muallaf dalam pembinaan agar lebih optimal suatu hal yang tidak mudah. Diperlukan strategi, dan metode yang baik dengan melalui strategi komunikasi yang efektif dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi muallaf dengan system pembinaan berupa kajian dan program lainnya.

Sama halnya seperti muallaf yang berada di Desa Marga Lestari yang memerlukan bimbingan dari tokoh agama atau Da'i yang mengerti dan paham terhadap agama Islam, karena perkembangan dan minat belajar yang timbul dari para muallaf begitu besar dan setiap tahunnya muallaf



yang belajar semakin meningkat dari tahun 2017 muallaf yang mengikuti pengajian hanya berjumlah 9 orang, kemudian pada tahun berikutnya pada tahun 2018 mengalami peningkatan kembali menjadi 13 orang muallaf, muallaf dari tahun ketahun mengalami peningkatan hingga saat ini sudah mencapai 21 orang yang aktif belajar disetiap kali jadwal belajar mengajar dilakukan..

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti secara mendalam dengan mengangkat judul “Strategi Komunikasi Dakwah Terhadap Muallaf di Masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan”.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis merumuskan pokok masalah, yaitu: Bagaimana strategi komunikasi dakwah pada muallaf di masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu: Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dakwah pada Muallaf di Masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan.

#### **F. Metode Penelitian**

Untuk dapat memahami dan memudahkan pembahasan masalah yang telah dirumuskan, serta untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka

perlu adanya metode penelitian yang cocok dan sesuai untuk menyimpulkan. Agar penelitian ini berjalan, data-data yang lengkap dan tepat, maka diperlukan metode-metode penelitian sebagai berikut:

## 1. Jenis Dan Sifat Penelitian

### a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit social.<sup>9</sup>

Penelitian ini dilakukan di Masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan.

### b. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat *deskriptif* yaitu mengumpulkan informasi actual secara terperinci yang melukiskan gejala yang ada.<sup>10</sup> Penelitian deskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.

## 2. Populasi Dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat

---

<sup>9</sup>Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2013), h.80.

<sup>10</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metodelogi Penelitian Komunikasi* (Bandung:Remadja Karya,1984), h.34.

kesimpulan.<sup>11</sup>Penelitian ini mengkaji tentang strategi komunikasi dakwah terhadap muallaf didesa marga lestari kecamatan jati agung lampung selatan yang berjumlah 34 orang dan 4dai.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian.<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan metode *non random sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberi kesempatan untuk dipilih menjadi sampel.<sup>13</sup>Sedangkan teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu berdasarkan pada ciri-ciri tertentu yang diperkirakan yang mempunyai sangkut paut yang ada dalam populasi yang sudah diketahui sebelumnya.<sup>14</sup>

Adapun yang penulis tentukan sebagai sampel adalah :

- a. Da'i yang mengajar di Masjid Al-Hasanah
- b. Muallaf yang belajar di Masjid Al-Hasanah 10 orang

Berdasarkan kriteria tersebut, maka keseluruhan sampel yang mewakili berjumlah 1 orang Da'i dan 10 muallaf Desa Marga

---

<sup>11</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2011), h.96.

<sup>12</sup>Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara,2015), h.107

<sup>13</sup>*Ibid.* h.114.

<sup>14</sup>*Ibid.* h.116



Lestari yang belajar di Masjid Al-Hasanah. Jadi total sampel yang penulis butuhkan adalah 11 orang.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Observasi

Observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini observasi yang digunakan adalah observasi non partisipan. Penulis berlaku sebagai pengamat dan tidak mengambil bagian kehidupan yang diobservasi dengan tujuan agar dapat diperoleh keterangan yang obyektif. Alasan penulis menggunakan metode ini adalah dapat mengingat-ingat lebih banyak atas fenomena yang perlu dicatat terhadap kondisi yang ada pada tempat penelitian.

Yang diamati disini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Kepada Muallaf di Masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan.

Dalam hal ini penulis melakukan kunjungan langsung ke Masjid Al-Hasanah di Desa Marga Lestari yang menjadi sasaran penelitian untuk melakukan pengamatan.

---

<sup>15</sup>*Ibid. h.70*

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi atau keterangan.<sup>16</sup>

Tipe wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara bebas terpimpin, jadi pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data berupa dokumen penting yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi dilakukan terhadap berbagai sumber informasi yang relevan. Jadi model dokumentasi adalah cara untuk memperoleh data tentang sejarah singkat strategi komunikasi dakwah pada masyarakat Desa Marga Lestari, jumlah penduduk, keadaan social keagamaan penduduk, sarana dan prasarana fasilitas keagamaan. Metode ini adalah metode pendukung dalam penelitian ini.

#### 4. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data model Miles and Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah

---

<sup>16</sup>*Ibid. h.83*

melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai setelah dianalisa belum terasa memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.<sup>17</sup>

a. *Data Reduction*(Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti apa yang telah dikemukakan, semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014) h. 246

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 247

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman (1984) menyatakan “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*”. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>19</sup>

c. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan data verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali

---

<sup>19</sup>*Ibid*, h. 249

kelengkapan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>20</sup>



---

<sup>20</sup>*Ibid*, h. 25



## BAB II

### STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAN MUALLAF

#### A. Pengertian Strategi Komunikasi

##### 1. Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dimensi-Dimensi Komunikasi* sebagaimana dikutip oleh Edi Suryani menyatakan bahwa Strategi Komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.<sup>1</sup>

Selanjutnya ditambahkan dengan pernyataan dari Middleton bahwa “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (*media*), penerimaan sampai dengan pengaruh (*effek*) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.”<sup>2</sup> Sedangkan menurut Hafied Cangara strategi komunikasi meliputi lima tahap, yaitu: Penelitian, Perencanaan, pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan.<sup>3</sup>

Secara umum strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplemintasian tujuan komunikasi, adapun tekniknya adalah satu

---

<sup>1</sup> Edi Suryani, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h.6.

<sup>2</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013), h.61.

<sup>3</sup> *Ibid.* h.73

pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "*Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?*".<sup>4</sup>

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut:

*Who?* (Siapakah komunikatornya)

*Says what?* (pesan apa yang dinyatakannya)

*In which channel?* (media apa yang digunakannya)

*To whom?* (siapa komunikannya)

*With what effect?* (efek apa yang diharapkan)<sup>5</sup>

Jadi setrategi harus dapat memberikan kesatuan, arah, maksud dan tujuan serta memungkinkan dilakukan perubahan-perubahan proaktif yang diperlukan untuk membentuk masa depan sebuah lembaga atau organisasi.

---

<sup>4</sup> Cangara, Hafidz, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2005), h. 163.

<sup>5</sup>*Ibid*, h. 164.

Terdapat tiga jenis strategi komunikasi yaitu:

- a. Strategi *persuasif*. Informasi atau pesan yang disampaikan harus berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak sebagai sasarannya.
- b. Strategi melalui kontribusi pada tujuan dan misi perusahaan (*strategi edukatif-informatif*). Strategi ini dilakukan dengan cara menyampaikan fakta dan opini yang ada di dalam maupun di luar perusahaan, menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi.
- c. Strategi yang dibentuk oleh dua komponen yaitu komponen sasaran dan komponen sarana. Komponen sasaran yaitu satuan atau segmen yang akan digarap dimana *stakeholder* akan dipersempit menjadi publik sasaran/target publik melalui upaya segmentasi yang dilandasi oleh seberapa jauh sasaran tersebut menyanggah opini bersama, potensi polemik, dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian khusus. Sedangkan komponen sarana yaitu dibentuk melalui pola dasar *'The 3 C's options'* yang terdiri dari *Conservation* (mengukuhkan), *Change* (mengubah), dan *Crystallization* (mengkristalkan) dari *stakeholder* yang disegmentasikan menjadi publik sasaran.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Nur Kholisoh, "Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi" (Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, Nomor 3, September - Desember 2015), h.200.

Sehubungan dengan penggunaan teori tersebut, ada alasan bahwa teori ini sangat erat sekali hubungannya dengan strategi untuk memberikan pengaruh kepada norma-norma dan batas-batas situasi perorangan.

Pertama: Pesan komunikasi bisa memperkuat pola-pola yang sudah ada (*reinforce exiting patterns*) dan mengarahkan orang-orang untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial dipelihara oleh masyarakat.

Kedua: Media massa bisa menciptakan keyakinan baru (*creat new shared conviction*) mengenai topik, dengan topik mana khalayak kurang berpengalaman sebelumnya.

Ketiga: Media massa bisa mengubah norma-norma yang sudah ada (*change exiting Norm*) dan karenanya mengubah orang-orang dari bentuk tingkah laku yang lain.<sup>7</sup>

Sejalan dengan perkembangan pesat teknologi modern, maka tidak dapat dipungkiri bahwa tantangan dakwah semakin berat. Oleh karena itu, dakwah pada saat ini tidak dapat lagi hanya mengandalkan masjid dan majelis taklim sebagai upaya mengajak manusia kearah yang positif. Tapi juga memerlukan pemanfaatan media yang sesuai dengan kondisi dan perkembangan zaman. Dapat penulis simpulkan bahwa strategi komunikasi adalah bagian dari perencanaan komunikasi yang diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengungguli semua kekuatan pesan yang ada.

---

<sup>7</sup>*Ibid*, h. 25.

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy* dan *canalizing*.

a). Metode *redundancy*, adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Dengan penggunaan metode ini, banyak manfaat yang dapat diambil darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator. Hal ini karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan mengikat perhatian.

b). Metode *canalizing*, mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki. Proses *canalizing* ini juga adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak, tentunya bisa kita lakukan dengan memenuhi nilai-nilai standar kelompok atau masyarakat.<sup>8</sup>

Namun bila hal ini kemudian tidak memungkinkan bagi komunikator, maka cara memecah perlahan komunikan dengan anggota kelompoknya sehingga mereka tidak memiliki hubungan yang erat,

---

<sup>8</sup>*Ibid*, h.33



dan kemudian komunikator menarik komunikan tersebut dalam pengaruhnya menjadi bagian dalam strategi komunikasi *canalizing* ini.

Dapat penulis simpulkan bahwa metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *canalizing*. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif.

a) Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Perlu diketahui, bahwa memberi bentuk tertentu terhadap isi suatu pesan pada khalayak tertentu, dengan sendirinya akan menghasilkan efek tertentu pula. Dalam dunia publistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat yang benar pula.

b) Metode persuasif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya. Dengan demikian metode persuasif merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak

berfikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat dipengaruhi secara tidak sadar dengan cara komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi yang mudah kena sugesti.

c) Metode edukatif, memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan berencana. Oleh karena itu, suatu pernyataan kepada umum dengan memakai metode edukatif ini akan memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak, kendatipun hal ini akan memakan waktu yang sedikit lebih lama dibanding dengan memakai metode persuasif.

d) Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh. Menyusun suatu pernyataan umum yang bersifat kursif ini tidaklah sefleksibel pernyataan umum yang lainnya, dan apabila memang ada kekuatan yang mendukungnya, tentu efeknya akan lebih besar.<sup>9</sup>

Jadi metode dalam bentuk isinya yaitu menggunakan metode informatif dan persuasif. Yang mana metode informatif digunakan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan. Sedangkan

---

<sup>9</sup>*Ibid.* h.60

persuasif untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berfikir kritis.

## 2. Fungsi-fungsi Strategi Komunikasi

Berhasil atau tidaknya komunikasi bergantung pada strategi komunikasi. Strategi Komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai dua fungsi ganda:

- a. Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat *informative, persuasive, dan instruktif* secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.<sup>10</sup> Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya.

## 3. Tujuan Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan tujuan dari strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada tujuan strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi

---

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), h.28

(terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

R. Wayne Pace, Brent D, dan M. dallas Burnett mengatakan dalam bukunya *Techniques for effective communication* bahwa tujuan strategi komunikasi adalah sebagai berikut:

a. *To secure understanding*

Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi

c. *To establish acceptance*

Bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik

d. *To motive action*

Penggiatan untuk memotivasinya

e. *The goals which the communication sought to achieve*

Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.<sup>11</sup>

Tujuan dalam teknik komunikasi adalah dalam rangka memperoleh hasil atau efek yang sebesar-besarnya, sifatnya tahan lama bahkan kalau mungkin bersifat abadi. Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah pelaksanaan untuk mencapai tujuan, dimana untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk arah

---

<sup>11</sup>*Ibid*, h.40

saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya.

#### 4. Komponen Strategi Komunikasi

Cutlip menegaskan bahwa agar lebih mudah dalam melakukan dan mempraktikkan strategi komunikasi, maka kita harus mengetahui langkah taktis strategi komunikasi supaya mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut ini langkah-langkah tersebut.

##### a. Membingkai pesan

Prinsip pertama dari pembingkai isi pesan untuk komunikasi adalah mengetahui dari dekat pandangan klien atau karyawan dan situasi problem. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, kepentingan, dan perhatian dari publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus didesain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat dan audien.

##### b. Semantic

Semantic adalah ilmu tentang arti kata-kata. Bahasa senantiasa berubah, untuk itu dalam berkomunikasi kita harus senantiasa memahami makna kata yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar mudah dipahami.

##### c. Symbol

Komunikasi bukan sekedar semantic, komunikasi juga menggunakan symbol dan stereotip. Simbol menawarkan cara dramatis dan langsung untuk berkomunikasi dengan banyak orang



dijalur komunikasi yang panjang. Symbol telah dipakai sejak awal sejarah untuk memadatkan dan menyampaikan pesan yang kompleks.

d. Rintangan dan stereotip

Hambatan untuk menjelaskan pesan ada dipihak komunikator dan audiennya. Seperti dicatat Lippmann, setiap orang tinggal didalam lingkungan (kepompong) lingkungannya sendiri-sendiri. Kepompong ini menyekat individu dari serbuan informasi yang tak ada hentinya dan semakin meningkat intensitasnya. Ada rintangan sosial, rintangan usia, rintangan bahasa atau kosakata, serta rintangan ekonomi dan politik. Ada rintangan ras; rintangan dan distorsi yang menutup komunikasi tampak jelas dalam perbedaan antar kelompok etnis dan ras di masyarakat Amerika yang multicultural. Sama halnya di Indonesia tentunya yang juga memiliki keanekaragaman suku ras dan kepercayaan. Juga ada rintangan yang sering dilupakan yakni, kemampuan atau kesediaan audien untuk menyerap pesan. Terakhir ada persaingan untuk mendapatkan perhatian orang di arena publik.

Dalam komunikasi, tak ada yang lebih menyulitkan ketimbang kenyataan bahwa kebanyakan audien media massa punya akses terbatas terhadap fakta. Dengan akses yang terbatas dan dengan beberapa informasi yang membingungkan ketimbang menjelaskan, orang sangat mengandalkan pada stereotip. Kesan

spesifik dan signifikan menjadi sesuatu yang sangat umum atau digeneralisir.

e. Memasukan semuanya ke dalam kampanye

Hyman dan Sheatesley menyebutkan alasan utama mengapa banyak kampanye organisasi batal.

Alasan itu antara lain:

- a. Ada orang yang tidak tau apa-apa tapi keras kepala. Orang-orang ini sulit diajak bicara, bahkan dengan informasi yang kuat sekalipun.
- b. Yang banyak mendapatkan informasi adalah orang-orang yang berminat pada informasi tersebut.
- c. Orang mencari informasi yang sesuai dengan sikap mereka dan menghindari informasi yang tidak sesuai dengan sikap mereka.
- d. Informasi tidak selalu merubah sikap. Perubahan pandangan atau perilaku setelah mendapat informasi pesan mungkin dipengaruhi predisposisi individual.

6. Menyebarkan pesan

Usaha agar ide atau inovasi diterima bukan hanya memberikan informasi kepada audien melalui media massa atau publikasi internal. Komunikasi harus diarahkan kepada sasaran yang tepat, bukan disebarkan kesegala arah.

## 7. Mempertimbangkan kembali proses

Tiga elemen yang ada untuk semua upaya komunikasi adalah sumber pengirim, pesan dan tujuan atau penerima. Kegagalan komunikasi dapat melibatkan satu atau lebih dari ketiga elemen ini. Komunikasi yang efektif membutuhkan efisiensi disemua pihak di ketiga elemen itu. Komunikator harus punya informasi yang memadai. Komunikator harus punya kredibilitas di mata penerima. Komunikator harus mampu menyampaikan informasi dengan cara yang dapat dipahami penerima. Komunikator harus menggunakan saluran yang akan menyampaikan pesan kepada penerima. Pesan harus sesuai kapasitas pemahaman penerima dan relevan dengan kepentingan atau kebutuhan penerima. Pesan harus memotivasi kepentingan penerima dan menimbulkan respon.<sup>12</sup>

## B. Dakwah

### 1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’wah*”. *Da’wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang,

---

<sup>12</sup>Nur Kholisoh, “Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, Nomor 3, (September - Desember 2015). h.195-197

meminta tolong, meminta, dan meratapi (Ahmad Warson Munawwir, 1997:406).<sup>13</sup>

Dakwah dalam pengertian tersebut, dapat dijumpai dalam ayat-ayat AlQuran antara lain (QS. Ali Imran ayat:104)

الْمُنْكَرِ عَنْ وَيَنْهَوْنَ بِالْعُرُوفِ وَيَأْمُرُونَ الْحَيْرِ إِلَى يَدْعُونَ أُمَّةً مِنْكُمْ وَلَتَكُنَّ  
الْمُفْلِحُونَ هُمْ وَأُولَئِكَ

Artinya: "Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dengan yang mungkar. Dan mereka itulah orang yang beruntung". (QS. Ali Imran [3]:104).

Menurut Syaikh Abdullah Ba'alawi mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak membimbing, dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk dialihkan kejalan ketaatan kepada Allah, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka berbuat buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>14</sup>

Dakwah merupakan suatu proses penyampaian risalah kebenaran menuju kepada kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat yang berdasarkan jalan Allah (Islam). Penyampaian dakwah juga merupakan suatu hal yang pelaksanaannya sangat bergantung dengan strategi.

<sup>13</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* ( Jakarta: Prenamedia Group, 2016). h.6.

<sup>14</sup> Wahidin saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* ( Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011).

Oleh karenanya, dakwah merupakan kegiatan mengajak manusia ke jalan yang telah di gariskan oleh Allah baik secaraperorangan maupun secara kolektif, dengan penuh kesadaran yang di rencanakan secara sistematis demi mencapai tujuan hidup manusia yang lebih baik, dunia dan akhirat.

## 2. Unsur-unsur Dakwah

### a. Materi Dakwah (*maaddah al-Dakwah*)

Yang meliputi bidang akidah, syariah (ibadah dan mu'amalah) dan Akhlak. Kesemua materi dakwah ini bersumber dari Al-Quran, As-Sunnah Rosulallah saw, hasil ijtihad ulama, sejarah peradaban islam.

### b. Subjek Dakwah (*Da'i*)

Orang yang aktif melaksanakan dakwah kepada masyarakat. Da'i ini ada yang melaksanakan dakwahnya individu ada juga yang berdakwah secara kolektif melalui organisasi.

### c. Objek Dakwah (*Mad'u*)

Adalah masyarakat atau orang yang didakwahi, yakni diajak ke jalan Allah agar selamat dunia dan akhirat. Masyarakat sebagai objek dakwah sangat heterogen, misalnya ada masyarakat yang berprofesi sebagai petani, nelayan, pedagang, pegawai, buruh, artis, dan lainnya. Bila kita melihat dari aspek geografis, masyarakat itu ada yang tinggal di kota, desa, pegunungan, ada juga yang tinggal



di pedalaman. Bila dilihat dari aspek agama, maka *mad'u* ada yang Muslim, kafir, munafik, musyrik, dan lain sebagainya.

d. Metode Dakwah (*Thariqoh al-Dakwah*)

Yaitu cara atau strategi yang harus dimiliki oleh da'I, dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya.

e. Media Dakwah (*Wasilah al-Dakwah*)

Media atau instrument yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada *mad'u*. Media ini bisa dimanfaatkan oleh da'I untuk menyampaikan dakwahnya baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Diantara media dakwah yang masih banyak digunakan oleh para da'I saat ini adalah: tv, radio, surat kabar, majalah, buku, internet, handphone, bulletin.

f. Efek Dakwah (*Atsar*)

Atsar (efek dakwah) sering disebut feed back (umpan balik) dari proses dakwah.

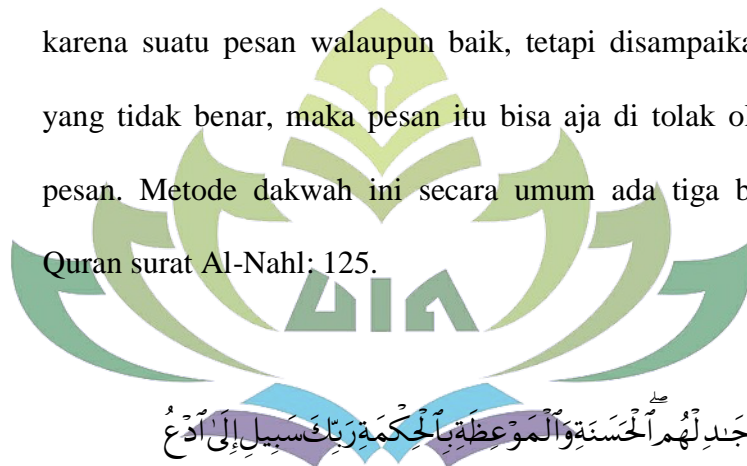
g. Tujuan Dakwah (*Maqashid al-Dakwah*)

Tujuan yang hendak dicapai oleh kegiatan dakwah. Adapun tujuan dakwah itu dibagi menjadi dua yaitu tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek yang dimaksud adalah agar manusia mematuhi ajaran Allah dan Rosul-Nya dalam kehidupan keseharian, sehingga tercipta manusia yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik (*khoiru al-fardiyah*), keluarga yang sakinah/harmonis (*khairu al-Usrah*), komunitas yang tangguh

(*khairu al-jama'ah*), masyarakat madani (*khairu al-Ummah*) dan pada akhirnya akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju (*khoiru al-baldah*) atau dalam istilah yang disebut dalam Al-Quran yaitu: *Baladun thoyyibatun wa robbun ghofur*.<sup>15</sup>

### 3. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam penyampaian suatu pesan dakwah, metode sangat penting perannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metod yang tidak benar, maka pesan itu bisa aja di tolak oleh si penerima pesan. Metode dakwah ini secara umum ada tiga berdasarkan Al-Quran surat Al-Nahl: 125.



أَحْسَنُ هِيَ بِالَّتِي وَجَدَلَهُمُ الْحَسَنَةُ وَالْمَوْعِظَةُ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلٌ إِلَى ادْعُ  
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنْ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan mu, Dialah yang mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk". (Q.S. AN-Nahl [16]:125)

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu:

<sup>15</sup> Ibid. h.8

a. Metode *bi al-Hikmah*

Dakwah bi al-hikmah adalah pendapat atau uraian yang benar dan memuat alasan-alasan atau dalil-dalil yang dapat menampilkan kebenaran dan menghilangkan keraguan. Konseptualisasi hikmah merupakan perpaduan antara ilmu dan amal yang melahirkan pola kebijakan dalam menyikapi orang lain dengan menghilangkan segala bentuk yang mengganggu.

b. Metode *Al- Mau'idza al- Hasanah*

Dakwah maw'idzah al-hasanah adalah metode dialog-dialog atau pidato berupa nasehat-nasehat baik (ceramah) yang disampaikan oleh da'I, dimana mad'u dakwah dapat memahami dan menganggap bahwa pesan yang disampaikan adalah sesuatu yang bermanfaat dalam kehidupannya.

c. Metode *Mujadalah bil latii hiya ahsan.*

Dakwah mujadalah adalah cara berdiskusi dan berdebat dengan lemah lembut dan halus serta menggunakan berbagai upaya yang mudah, dengan strategi ini diharapkan da'I dan mad'u dapat memecahkan segala masalah yang terjadi dengan baik.

#### 4. Sumber Metode Dakwah

Dalam berdakwah harus ada beberpa sumber, yaitu:

- a. Al-Quran Di dalam Al-Quran banyak sekali ayat-ayat yang membahas tentang masalah dakwah. Di antara ayat-ayat tersebut

ada yang berhubungan dengan kisah para rasul dalam menghadapi umatnya.

- b. Sunah Rasul Di dalam sunnah rasul banyak kita temui hadist-hadist yang berkaitan dengan dakwah. Melalui cara hidup dan perjuangannya baik di Makkah maupun Madinah memberikan banyak contoh-contoh dakwah kepada kita.
- c. Sejarah Hidup para Sahabat dan fuqoha Dalam sejarah hidup para sahabat-sahabat besar dan para fuqaha cukuplah memberikan contoh baik yang sangat berguna bagi juru dakwah.
- d. Pengalaman juru dakwah merupakan pergaulannya dengan orang banyak yang kadangkala dijadikan reference ketika berdakwah.<sup>16</sup>

## 5. Tujuan Dakwah

Dakwah bertujuan menciptakan suatu tatanan kehidupan individu dan masyarakat yang aman, damai, dan sejahtera yang dinaungi oleh kebahagiaan, baik jasmani maupun rohani, dalam pancaran sinar agama Allah dengan mengharap ridha-Nya.<sup>17</sup>

Aktivitas dakwah dilakukan dengan senantiasa mengharapkan ridha Allah SWT. Dalam kehidupan yang terus menerus mengabadikan berbagai kebijakan dakwah Nabi. Secara sistematis, tujuan dakwah adalah:<sup>18</sup>

<sup>16</sup> M.Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta : Prenada Media, 2006), h. 20.

<sup>17</sup> Bambang S.Ma'arif, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 26.

<sup>18</sup> *Ibid.*, h. 29.

a. *Tazkiyatu I-Nafs*

Membersihkan jiwa masyarakat dari noda-noda syirik dan pengaruh-pengaruh kepercayaan yang menyimpang dari akidah islam. Sewaktu aktivitas dakwah diarahkan untuk mencerahkan batin individu dan kelompok, serta menemukan keseimbangan kehidupan yang dinamis. Untuk melakukan itu, diperlukan langkah komunikasi guna mempengaruhi sekaligus mengubah pikiran, ideologi, dan keyakinan yang buruk pada ideology yang baik yang dilakukan dengan sebaik-baik perkataan. Begitu seringnya pengaruh luar masuk kedalam keyakinan umat islam, hampir tidak mungkin mengharapkan kepercayaan umat islam bersih dari pengaruh luar. Maka itu, pada satu sisi kegiatan dakwah membentengi kepercayaan umat islam dari noda-noda syirik, dan pada lain sisi membersihkan akidah umat islam.

b. Mengembangkan Kemampuan Baca Tulis

Mengembangkan kemampuan dasar masyarakat meliputi kemampuan membaca, menulis, dan memahami makna Al-Qur'an serta sunah Nabi SAW. Dari sini, masyarakat akan melek huruf, kemampuan nalarnya berkembang menuju terciptanya masyarakat madani yang akan membawa kesejahteraan hidup sehingga masyarakat mampu untuk terus majusecara egaliter.

### c. Membimbing Pengalaman Ibadah

Umat islam perlu mendapat bimbingan ibadah sehingga bobot ibadahnya menjadi baik dan atau lebih baik. Ibadah menjadi landasan bagi perkembangan kehidupan masyarakat untuk tetap damai, maju, dan selamat dunia serta akhirat. Ibadah yang baik disertai dengan ilmu, pemahaman, dan penghayatan. Kaum muslim meyakini bahwa akan terjadi kemajuan bila etos kerjanya dipandu dengan nilai-nilai agama karena agama memandu pada kebaikan yang seimbang dan menyeluruh. Islam memerhatikan kehidupan dunia ini karena melalui dunia ini kita berkarya. Dalam harmoni maju, dan dalam kemajuan kita menemukan keharmonisan baru. Meski kondisi umat islam kini masih banyak yang tertinggal, bila dakwah berjalan secara damai, ia akan menemukan jalan baru yang tidak sama dengan jalan yang telah ditemukan oleh barat, timur, dan afrika. Islam akan dapat menjadi satu jalan alternative bagi kehidupan manusia. Suasana krisis multidimensional akan dapat diselesaikan oleh ajaran islam karena islam membawa pada perbaikan, sepiritualitas dan rahmat bagi alam semesta.

### d. Meningkatkan Kesejahteraan

Dakwah lazimnya membawa umat islam pada peningkatan kesejahteraan, baik social, ekonomi, maupun pendidikan. Ini dapat tercipta bila dakwah mampu mendorong masyarakat muslim



memiliki etos kerja: giat, perhitungan, menepati janji, menjamin kualitas, dan bersama-sama memelihara kebajikan.

## 6. Efek Dakwah

### a. Efek Kognitif

Setelah menerima pesan dakwah, mitra dakwah akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berfikir. Efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apayang di katahui, dipahami, dan di mengerti oleh mitra dakwah tentang isi pesan yang diterimanya. Pertanyaan yang paling pokok berkaitan dengan efek kognitif adalah, apakah mitra dakwah memahami pesan dakwah dengan benar? Pemahaman tersebut didahului kegiatan berfikir tentang pesan dakwah. Berfikir disini menunjukkan sebagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa. Sedangkan kegunaan berfikir adalah untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan masalah (*problem solving*), dan menghasilkan karya baru.

### b. Efek Efektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variable sebagai penunjangnya, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Pada tahap atau aspek ini pula penerima dakwah dengan pengertian dan pemikirannya

terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah. Dengan demikian, pertanyaan pokok yang harus dijawab pada efek kedua ini adalah apakah mitra dakwah menyetujui pesan dakwah tersebut atau menolaknya? Apakah mereka setuju dengan pesan dakwah tersebut? Apakah mereka menganggap pesan dakwah sebagai hal yang penting atau tidak?

c. Efek Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui proses kognitif, afektif, dan sebagai mana yang telah diungkapkan oleh Rahman Natawijaya (1978:20) bahwa tingkah laku itu dipengaruhi oleh kognitif, yaitu faktor-faktor yang dipahami oleh individu melalui pengamatan dan tanggapan dan dari perasaan itulah timbul keinginan-keinginan dalam individu yang bersangkutan. Dari pendapat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa seorang akan bertindak dan bertingkah laku setelah orang itu mengerti dan memahami apa yang telah diketahui itu, kemudian masuk ke dalam perasaannya, kemudian timbullah keinginan untuk bertindak atau bertingkah laku. Apabila orang itu bersifat positif, maka ia cenderung untuk berbuat baik; dan apabila ia bersifat negatif, maka ia cenderung untuk berbuat yang tidak

baik. Jadi, perbuatan atau perilaku seseorang itu pada hakikatnya adalah perwujudan dari perasaan dan pikirannya.<sup>19</sup>

Dapat penulis simpulkan Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi, artinya jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqoh* tertentu, maka akan timbul respons dan efek (*atsar*) pada *mad'u* (penerima dakwah).

### C. Muallaf

#### 1. Pengertian muallaf

Secara umum muallaf berarti seseorang yang baru masuk Islam dan masih lemah imannya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Muallaf adalah seseorang yang baru masuk Islam, orang yang imannya belum kokoh karena baru masuk Islam.<sup>20</sup>

Oleh karena itu, kondisi muallaf yang belum mampu melakukan segala kewajibannya dalam agama Islam adalah hal yang membutuhkan proses. Disinilah peran keluarga, teman, masyarakat sekitar tempat tinggalnya, sangat berperan dalam membantu muallaf mempelajari agama Islam.

Ali Aziz, mengutip pendapat Abu Ya'la al-Farra' yang berpendapat bahwa muallaf itu bisa dikategorikan sebagai empat kelompok, yaitu; Pertama, mereka yang masih lemah saat masuk Islam dan perlu bantuan orang Islam. Kedua, Mereka yang lemah hatinya

<sup>19</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*..., h.458.

<sup>20</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008 ), h.931.

dan menjadi penghalang bagi umat Islam. Ketiga, mereka yang lemah hatinya dan diharapkan simpati kepada Islam. Keempat, mereka yang lemah hatinya dan menjadi pemuka masyarakat, sehingga ia diharapkan mengajak masyarakatnya kepada Islam.<sup>21</sup>

Seperti tertera dalam firman Allah surat At-Taubah ayat 60:

الرِّقَابِ وَفِي قُلُوبِهِمْ وَالْمُؤَلَّفَةِ عَلَيْهِمْ وَالْعَمَلِينَ وَالْمَسْكِينِ وَالْفُقَرَاءِ الصَّدَقَاتُ إِنَّمَا

حَكِيمٌ عَلِيمٌ وَاللَّهُ اللَّهُمَّ مِنْ فَرِيضَةِ السَّبِيلِ وَابْنِ اللَّهِ سَبِيلِ وَفِي الْغَرَمِينَ

*Artinya: "Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana". (Q.S. At-Taubah [9]:60)*

Dari ayat di atas terdapat kata muallafah qulubuhum yang artinya orang-orang yang sedang digunakan atau dibujuk hatinya. Mereka dibujuk adakalanya karena merasa baru memeluk agama Islam dan imannya belum teguh. Karena belum teguhnya iman seorang muallaf, maka mereka termasuk golongan yang berhak menerima zakat. Hal ini dimaksudkan agar lebih meneguhkan iman para muallaf terhadap agama Islam.

<sup>21</sup>Samsul Arifin, "Dakwah Muallaf Strategi Dan Pola Dakwah Untuk Muallaf Di Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya" (Jurnal Kajian Keislaman Volume I, Nomor 1, Maret 2018), h.89.

Dari penjelasan di atas penulis menarik kesimpulan bahwa muallaf itu orang yang baru memeluk Islam dan dirangkul serta diteguhkan hati mereka dalam keislaman. Karena mereka baru memeluk Islam dan baru mengetahui agama Islam maka, mereka berada pada posisi pihak yang membutuhkan pembinaan dan bimbingan agama Islam. Agar mereka dapat mengetahui syariat Islam untuk kemudian dapat mengamalkan syariat itu dalam sehari-hari.

Dunia muallaf adalah fenomena psikologis yang mengandung bermacam gejolak batin, disebabkan karena dalam pribadinya muncul berbagai konflik baik yang berhubungan dengan keluarga, masyarakat, atau keyakinan yang pernah dianutnya. Penghayatan agama masih labil, sebagai dampaknya motivasi untuk pengembangan keimanannya juga kurang, adanya kemampuan untuk menerima agama Islam secara konsisten. Disamping itu perasaan yang kurang yakin tersebut sering muncul apabila masuk Islam tidak timbul dari keikhlasan sendiri, padahal muallaf yang berlatarbelakang demikian sangat banyak.<sup>22</sup>

## **2. Faktor Yang Mempengaruhi Masuk Islam**

Ada beberapa faktor yang mendorong seseorang untuk masuk ke dalam Islam. Faktor-faktor tersebut adalah:

### **a. Keluarga**

---

<sup>22</sup> Zainap Hartati, "kesalehan Muallaf Dalam Bingkai Keislaman" *Jurnal Transformatif* Vol. 3, No. 1 (Apr 2019), h.9.

keretakan keluarga, ketidakserasian, berlainan agama, kesepian, kesulitan seksual, kurang mendapatkan pengakuan kaum kerabat dan lainnya. Oleh sebab itu kondisi demikian menyebabkan seseorang mengalami tekanan batin sehingga sering terjadi konversi agama dalam usahanya untuk meredakan tekanan batin yang menimpa dirinya.

b. Lingkungan tempat tinggal

Orang yang merasa terlempar dari lingkungan tempat tinggal atau tersingkir dari kehidupan di suatu tempat merasa dirinya hidup sebatang kara. Keadaan demikian menyebabkan seseorang mendambakan ketenangan dan mencari tempat untuk bergantung hingga kegelisahan batinnya hilang.

c. Perubahan status

Perubahan status terutama yang berlangsung secara mendadak akan banyak mempengaruhi terjadinya konversi agama, misalnya; perceraian, ke luar dari sekolah atau perkumpulan, perubahan pekerjaan, menikah dengan orang yang berlainan agama dan sebagainya.

d. Ekonomi

Kondisi sosial ekonomi yang sulit juga merupakan faktor yang mendorong dan mempengaruhi terjadinya konversi agama.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>Bambang Syamsul Arifin, *Psikologi Agama* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), h. 1.



Ciri-ciri orang yang melakukan konversi agama di kutip dalam naskah publikasi karangan Muhammad Al Amudi, mengungkapkan bahwa menurut W.H Clark. Dalam buku Ilmu Jiwa Agama karangan Sururin. Bahwa ciri-ciri orang yang melakukan konversi agama adalah:

- a. Adanya perubahan arah pandang dan keyakinan seseorang terhadap agama dan kepercayaan yang di anutnya.
- b. Perubahan yang terjadi di pengaruhi kondisi kejiwaan sehingga perubahan dapat terjadi secara berproses atau secara mendadak.
- c. Perubahan tersebut bukan hanya berlaku bagi perpindahan kepercayaan dari suatu agama ke agama lain tetapi juga termasuk perubahan pandang terhadap agama yang dianutnya sendiri.
- d. Selain faktor kejiwaan kondisi lingkungan maka perubahan itupun disebabkan faktor petunjuk dari yang maha kuasa.<sup>24</sup>

### 3. Komitmen Beragama

Komitmen Beragama Glock&Stark (1966, dalam Abdullah, 1983) menjelaskan komitmen beragama sebagai keterlibatan individu dalam perwujudan konsep religiusitas, yang dapat dilihat melalui aktivitas atau perilaku individu terhadap agama atau kepercayaan yang

---

<sup>24</sup> Hafidz Muhdhor, " Treatmen dan Kondidi Psikologi Muallaf". *Jurnal Edukasi* ,(pebruari 2010), h.26

dianutnya. Hal ini berarti, komitmen beragama merupakan kehidupan religiusitas yang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia.

Diskusi mengenai konseptualisasi orientasi beragama dilakukan oleh Stark dan Glock (1968). Menurutnya, terdapat lima dimensi kerangka konseptual komitmen beragama. Kelima dimensi tersebut yakni: dimensi pengetahuan, kepercayaan, praktek, pengalaman, dan konsekuensi.

1. Dimensi pengetahuan berkaitan dengan ekspektasi bahwa seseorang yang beragama akan mengetahui beberapa informasi akan prinsip dasar dari kepercayaan yang mereka anut, tatacara beribadah, pengetahuan akan kitab suci, dan tradisi dalam agamanya.
2. Dimensi kepercayaan merupakan ekspektasi bahwa seseorang yang beragama akan memegang pandangan teologi tertentu, yakni mengakui kebenaran ajaran-ajaran dalam agamanya.
3. Dimensi praktek didefinisikan sebagai ekspektasi dari semua institusi agama, bahwa seseorang yang memiliki keyakinan akan menunjukkannya dalam ritual-ritual tertentu.
4. Dimensi pengalaman menyatakan bahwa individu yang beragama dengan baik suatu saat akan memperoleh pengalaman langsung terkait agamanya.

5. Dimensi konsekuensi merujuk kepada suatu perilaku tertentu yang muncul karena didasari oleh nilai-nilai yang ada dalam agamanya.<sup>25</sup>

#### 4. Pola Pembinaan Muallaf

##### a. Pembinaan Struktural

Metode yang digunakan lembaga atau kelompok keagamaan maupun individual dalam membina muallaf hampir seragam. Umumnya, semua membagi pembinaan itu ke dalam tiga tahap, yaitu pengajian (*iqra*), tata cara shalat dan bacaannya, dan pengetahuan umum Islam.

Tahap pertama adalah pengajian (Iqra satu dan seterusnya hingga tajwid). Tahap kedua, tata cara shalat dan bacaan doa-doa shalat.

Tahap ketiga adalah pengetahuan umum tentang Islam seperti akidah akhlak, tauhid, fiqih, dan sebagainya.

Sementara pengaturan jadwalnya juga bervariasi, yakni enam hari berturut-turut, sepekan dua kali atau tiga kali, sekali sepekan, dan dua kali sebulan. Tempatnya pun berbeda-beda. Ada di masjid-masjid, sekolah, rumah ke rumah, dan rumah pribadi (pembina). Mereka memilih masjid lantaran jumlah jamaahnya tergolong banyak. Apalagi, setelah mengaji biasanya diselingi pula ceramah agama yang dibawakan ustadz atau ustadzah. Sedangkan, pembinaan dari rumah ke rumah itu sebenarnya untuk membina

---

<sup>25</sup>Rudi Cahyono, "Komitmen Beragama pada Muallaf". Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental Vol. 4 No. (1 April 2015). h.22

secara halus orang yang “menolak” bergabung masuk kelompok pengajian. Masalahnya, ada juga orang (dewasa) yang malu kalau dirinya ditahu belum tahu mengaji.<sup>26</sup>

#### **b. Pembinaan Kultural**

Selain diajarkan mengaji, tata cara shalat, dan akidah, muallaf juga dibina ekonominya. Di antara muallaf itu ada juga yang dikategorikan menengah ke bawah. Mereka ini berprofesi di sektor informal seperti tukang ojek, kuli bangunan, sopir angkutan kota, dan malah ada yang belum punya pekerjaan tetap alias pengangguran. Alhasil, ada seorang perempuan yang meskipun telah beberapa tahun memeluk Islam, namun ternyata belum memiliki peralatan shalat (mukena). Itu berarti, selama itu pula dia diduga tidak mengerjakan shalat. Karena itu, untuk membantu keuangan para muallaf yang digolongkan kurang mampu itu, maka dilakukan pula pembinaan secara ekonomi. Caranya, para muallaf itu diberikan modal untuk membuka usaha seperti misalnya membuka warung, dan sistem pembagian hasilnya dengan cara subsidi silang.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup>Muhammad Irfan Syuhudi, “Pola Pembinaan Muallaf” *Jurnal Al-Qalam* Volume 19 Nomor (1 Juni 2013). h.146

<sup>27</sup> *Ibid*

#### D. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini banyak pendapat yang harus diperhatikan dan menjadi perbandingan selanjutnya di antaranya:

1. Yaumil Kurniawati (1112051000056), jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun Angkatan 2011. Dalam penelitiannya membahas, Komunikasi Persuasif Pengurus Himpunan Bina Muallaf Indonesia (HBMI) dalam Meneguhkan Keyakinan Muallaf Jakarta Barat. Dalam penelitiannya kesimpulan yang diambil adalah penilaian pesan muallaf terhadap pengurus sangat penting karena hal utama yang harus diyakini oleh orang-orang yang baru masuk islam adalah keyakinan hati dan pemikirannya tentang agama Islam dan Allah Swt. sebagai tuhan. Maka pengurus mengarahkan pembinaan muallaf cenderung pada zona penerimaan sehingga muallaf dapat melakukan perubahan sikap dengan meneguhkan keyakinan pada agama Islam.
2. Whasilatur Rahmi (103051028520), jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun angkatan 2008. Dalam penelitiannya membahas, Bentuk Komunikasi Pembinaan Muallaf Daarut Tauhid Jakarta. Dalam penelitiannya kesimpulan yang diambil adalah Bentuk-bentuk Komunikasi yang digunakan dalam pembinaan muallaf adalah komunikasi kelompok, komunikasi antarpribadi, komunikasi verbal dan non verbal.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, media, populasi dan sampel.





## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Abdurrahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta:Rineka Cipta, 2011

Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* Bandung; PT Amrico, 1989

Bambang S.Ma'arif, *Komunikasi Dakwah* Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010

Bambang S.Ma'arif, *Komunikasi Dakwah* Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010

Bambang Syamsul Arifin, *Psikologi Agama* Bandung: Pustaka Setia, 2008

Bintoro Tjokro Wijoyo dan Mustafa Jaya, *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional* Jakarta:Gunung Agung, 1990

Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta:Pusat Bahasa,, 2008

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008

Edi Suryani, *Strategi Komunikasi* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018

Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2012

-----*.Perencanaan dan Strategi Komunikasi* Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013

Jalaluddin Rakhmat, *Metodelogi Penelitian Komunikasi* Bandung:Remadja Karya, 1984

M.Munir, *Metode Dakwah* Jakarta : Prenada Media, 2006

Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* Jakarta: Prenamedia Group, 2016

Nana Rukmana, *Masjid dan Dakwah* Jakarta:Al-Mawardi Prima, 2002

Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014

Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian* Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2013

Wahidin saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011

### **Jurnal & Skripsi**

Samsul Arifin, “Dakwah Muallaf Strategi Dan Pola Dakwah Untuk Muallaf Di Masjid Nasional AlAkbar Surabaya” Jurnal Kajian KeIslaman Volume I, Nomor 1, Maret 2018

Zainap Hartati, “kesalehan Muallaf Dalam Bingkai KeIslaman” Jurnal Transformatif Vol. 3, No. 1 Apr 2019

Nur Kholisoh, “Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi” Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, Nomor 3, September - Desember 2015

### **Sumber On-line**

“Pengertian Muallaf” (On-line), <https://anaksholeh.net/pengertian-muallaf>, diakses pada tgl 04 desember 2018

### **Wawancara**

Paiman, muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 19 oktober 2019

Paini, muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 19 oktober 2019

Ponia , muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 15 oktober 2019

Saminem, muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 15 oktober 2019

Sriasih, muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 19 oktober 2019

Sugiatun, muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 19 oktober 2019

Sunarsih, muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 15 oktober 2019

Sutini, muallaf desa marga lestrari, wawancara dengan penulis, 16 oktober 2019

Suwanti, muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 16 oktober 2019

Triyono, da'i di masjid Al-Hasanah, wawancara dengan penulis, marga lestari, 15 oktober 2019

Triyono, da'i di masjid Al-Hasanah, wawancara dengan penulis, marga lestari, 15 oktober 2019

Triyono, da'i di masjid Al-Hasanah, wawancara dengan penulis, marga lestari, 15 oktober 2019

Kasem, muallaf desa marga lestari, wawancara dengan penulis, 19 oktober 2019





## **Pedoman Wawancara**

### **A. Untuk Da'i**

1. Bagaimana strategi komunikasi dakwah pada muallaf
2. Kapan komunikasi dakwah dilakukan
3. Apa isi pesan yang disampaikan kepada muallaf
4. Bagaimana hasil dari strategi komunikasi dakwah pada muallaf
5. Apakah strategi yang dilakukan efektif atau tidak
6. Apakah ada kendala dalam menyampaikan strategi komunikasi dakwah

### **B. Untuk Muallaf**

1. Apa alasan masuk islam
2. Apakah strategi komunikasi dakwah yang di lakukan oleh da'I sudah efektif
3. Apakah ada kendala dalam proses pembelajaran

## Foto-foto Penelitian



Gambar 1 Masjid Al-Hasanah



Gambar 2 sholat berjamaah sebelum proses belajar mengajar





Gambar 3 para muallaf sedang belajar



Gambar 4 wawancara dengan da'I



Gambar 5 wawancara dengan salah satu sampel penelitian